ENREGISTREMENT SONORE

optique culture

numéro 06 juin 2011

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

Vente d'enregistrements sonores en 2010 : renforcement des tendances

CLAUDE FORTIER *chargé de projet, OCCQ*

Faits saillants

Les ventes d'enregistrements audio

- Les ventes d'albums sont de 9,1 millions d'unités en 2010, en baisse de 8 % par rapport à 2009, pour une diminution totale de 29 % depuis 2005.
- Par rapport à 2009, les ventes de CD diminuent de 12 %; celles des albums numériques et des pistes numériques augmentent chacune de 41 %.
- Les ventes de produits numériques occupent 17 % des ventes de musique au Québec, comparativement à 36 % pour le reste du Canada et à 42 % aux États-Unis.
- Les albums de reprises génèrent 39 % des ventes (47 % en 2009) parmi les 50 albums québécois les plus vendus.

La place des produits québécois

- La part de marché des albums québécois est de 50 % (52 % en 2009). Elle se situe à 50 % pour les CD, 33 % pour les albums numériques et 7 % pour les pistes numériques.

Les albums francophones

- Les albums francophones représentent 30 % des ventes (40 % en 2009).
- Parmi les albums québécois, la part de marché des albums francophones est passée de 84 % en 2003 à 58 % en 2010.

Palmarès des albums les plus vendus

- Pour la première fois depuis que l'OCCQ compile des données sur les ventes d'enregistrements sonores (2002), l'album le plus vendu n'est pas québécois.
- Parmi les 25 albums québécois les plus vendus, 13 sont dans une autre langue que le français.
- Trois des cinq albums numériques les plus vendus sont québécois.
- La piste numérique québécoise la plus vendue se classe au 56e rang du palmarès.

Ce bulletin examine les données de vente des enregistrements sonores fournies par Nielsen SoundScan à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) pour l'année 2010. Il présente une analyse des résultats sur les ventes totales d'albums et de pistes musicales et la répartition de ceux-ci selon la provenance et la langue. Cette année, une estimation de la valeur des revenus que tirent les maisons de disques de la vente de musique vient compléter le bulletin, ainsi qu'une analyse de la langue d'écoute de la musique, tirée des données de l'*Enquête sur les pratiques culturelles* du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.

Québec

Table des matières

3 Vente d'albums

8 Ventes selon le palmarès

8 Les albums québécois de reprises : un phénomène toujours présent en 2010

9 Part québécoise dans les ventes : albums et pistes, deux phénomènes distincts

12 Vente des albums francophones

14 Les pratiques culturelles : la langue d'écoute de la musique

16 Évolution de la concentration des ventes

18 Palmarès des ventes au Québec en 2010

23 Revenus des maisons de disques

24 En conclusion

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
..	N'ayant pas lieu de figurer
...	Donnée non disponible
x	Donnée confidentielle
—	Néant ou zéro

Notes méthodologiques

Source des données

Les ventes des enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Les résultats annuels présentés ici sont basés sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont les seules exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types (selon l'origine québécoise ou non et la langue) sont exprimées en pourcentage et jamais en nombres absolus, car ces statistiques sont produites après l'examen d'un échantillon des 500 titres les plus vendus au Québec et non de tous les titres vendus. Par ailleurs, des données hebdomadaires sur les ventes d'enregistrements sonores sont disponibles sur le site Web de l'OCCQ.

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement est classé québécois selon deux aspects : artistique et industriel. L'origine d'un enregistrement sur le plan artistique est déterminée par celle de l'artiste, du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mis de l'avant[1] par l'emballage et la mise en marché de l'album. Un enregistrement non québécois est celui qui ne peut être classé comme québécois.

Dans le cas de compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. Dans le cas où l'artiste est un groupe de personnes de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

Quant à l'origine selon la dimension industrielle, depuis 2006, celle-ci est établie d'après la maison de disques qui a commercialisé le produit, notion qui se rapproche de l'étiquette, sans être identique[2]. Une maison québécoise est une maison dont le siège social est situé au Québec. Dans les statistiques portant sur les années 2002 à 2005, l'origine industrielle d'un enregistrement se base plutôt sur l'étiquette.

---

1. Peut être mis de l'avant : un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer qui est l'artiste ou l'instance mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette du CD. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes, sauf exception.
2. Pour une discussion sur la distinction entre étiquette et maison de disques, voir Marc Ménard. *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Montréal, SODEC, 2005, p. 120.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, Claude (2011). « Vente d'enregistrements sonores en 2010 : renforcement des tendances », *Optique culture, nº 6*, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, juin, 24 p. [En ligne] [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Vente d'albums

Les enregistrements audio se divisent en deux catégories, les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique[3] et les albums numériques. Les pistes regroupent les *singles* sur CD et les pistes numériques téléchargées. Après une année 2009 marquée par la croissance des ventes stimulées par le succès de trois albums québécois, « Fais-moi la tendresse » de Ginette Reno, « Vox pop » de Maxime Landry et « Star Académie 2009 », l'année 2010 est marquée par la baisse des ventes. Avec 9,1 millions d'albums vendus, l'année 2010 connaît ainsi une chute de 12 % des ventes par rapport à 2009[4]. Depuis 2005, la vente d'albums a été en baisse cinq années sur six, pour une décroissance totale de 30 %. Pour la première fois, depuis que l'OCCQ analyse les données sur les ventes d'enregistrements sonores (2002), aucun album ne réussit, en 2010, à vendre 100 000 copies durant une année.

Pour le CD, les ventes se chiffrent à 8,2 millions, en baisse de 12 %, soit la deuxième plus forte baisse depuis 2004. Après six ans de baisse consécutive, les ventes de CD sont maintenant en recul de 40 % par rapport aux résultats de 2004. Malgré un ralentissement de leur croissance, les ventes de produits numériques continuent à augmenter, avec près d'un million d'albums, en hausse de 41 %, et 9,2 millions de pistes téléchargées, également en hausse de 41 % (tableau 1). Afin de faciliter le suivi de l'évolution du marché, il est nécessaire de tenir compte de l'explosion des ventes de pistes numériques. C'est pourquoi ces dernières ont été converties en albums selon le ratio de 13 pistes équivalent à un album[5]. Une fois la conversion effectuée, on arrive ainsi à un total de 9,8 millions d'enregistrements audio en équivalent d'albums en 2010, en baisse de 6 % par rapport à 2009. Pratiquement inexistants en 2004, les produits numériques représentent maintenant 17 % des ventes (11 % en 2009) (figure 1).

Depuis 2004, la forte croissance des ventes de produits numériques est venue compenser une partie de la baisse des ventes des CD. Si, en 2004, année où les ventes de CD ont atteint un sommet, il s'est vendu 13,0 M de CD, en 2010 ce nombre n'était plus que de 8,2 M, soit, une baisse de 4,8 M. Durant la même période, le nombre d'enregistrements numériques en équivalent d'albums vendus est passé de zéro en 2004 à 1,7 M en 2010 (tableau 3). Le rapport entre la hausse des ventes des enregistrements numériques (1,7 M) et la diminution des ventes de CD (4,8 M) donne une proportion de 35 % pouvant être ici considérée comme un taux de remplacement des albums CD par des produits numériques. En 2010, c'est ainsi le tiers de la baisse des ventes de CD qui est compensée par l'achat de musique en format numérique. Outre l'achat de produits numériques, plusieurs hypothèses peuvent être évoquées pour expliquer la baisse des ventes de CD, par exemple la diversification des modes de consommation

Tableau 1 Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus[1] selon le type de produit, Québec, 2002 à 2010

	2002[2]	2003[2]	2004	2005	2006	2007	2008	2009[3]	2010	Variation 2010/2009
					k					%
Enregistrements audio en équivalent d'albums[4]	12 300,2	12 153,8	12 960,2	12 847,1	12 245,6	11 698,0	10 056,2	10 470,0	9 850,6	-5,9
Ensemble des albums	12 300,2	12 153,8	12 954,7	12 790,0	12 129,7	11 498,4	9 739,4	9 965,1	9 138,0	-8,3
Support physique[5]	12 300,2	12 153,8	12 954,7	12 726,4	12 017,6	11 268,5	9 334,1	9 283,0	8 178,9	-11,9
Albums numériques	–	–	–	63,6	112,1	229,9	405,3	682,1	959,1	40,6
Ensemble des pistes	..	..	72,1	741,7	1 507,2	2 595,0	4 118,1	6 563,9	9 263,6	41,1
Pistes numériques téléchargées	–	–	–	708,2	1 476,1	2 581,5	4 108,2	6 550,7	9 213,9	40,7
Singles	..	..	72,1	33,5	31,1	13,5	9,9	13,2	49,7	276,5
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	..	..	657,2	740,1	785,1	752,9	540,7	390,1	495,5	27,0
Format VHS	..	..	10,6	2,5	1,3	17,8	12,3	3,2	3,2	0,0
Format DVD	..	..	646,6	737,6	783,8	735,1	528,4	386,9	492,3	27,2

1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2. Pour 2002 et 2003, les ventes de *singles* sont incluses dans les ventes d'albums.
3. L'année 2009 fût une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.
4. Dans les calculs, 13 *singles* ou pistes numériques équivalent à un album.
5. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

3. Les supports physiques comprennent les vinyles, les cassettes et les CD. Cependant, comme la quasi-totalité des ventes sur ces supports sont des CD, nous allons utiliser cette appellation pour parler des ventes d'enregistrements sonores sur les supports physiques afin d'alléger le texte.
4. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
5. Le ratio 1 album égale 13 pistes est celui utilisé par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

musicale (diffusion en continu, abonnement, etc.). Cependant, les renseignements provenant de l'étranger, sur les revenus tirés de ces nouveaux modes de consommation musicale, indiquent qu'une faible part de l'argent des consommateurs qui ne sert plus à l'achat de CD va à l'achat d'enregistrements numériques. Si nous postulons que le consommateur écoute toujours autant de musique, il semble réussir à le faire en dépensant moins, ce qui lui permet d'orienter une partie de son « budget musique » vers d'autres biens de consommation plus difficilement disponibles gratuitement (DVD de série télévisée, billets de spectacles, jeux vidéo, etc.).

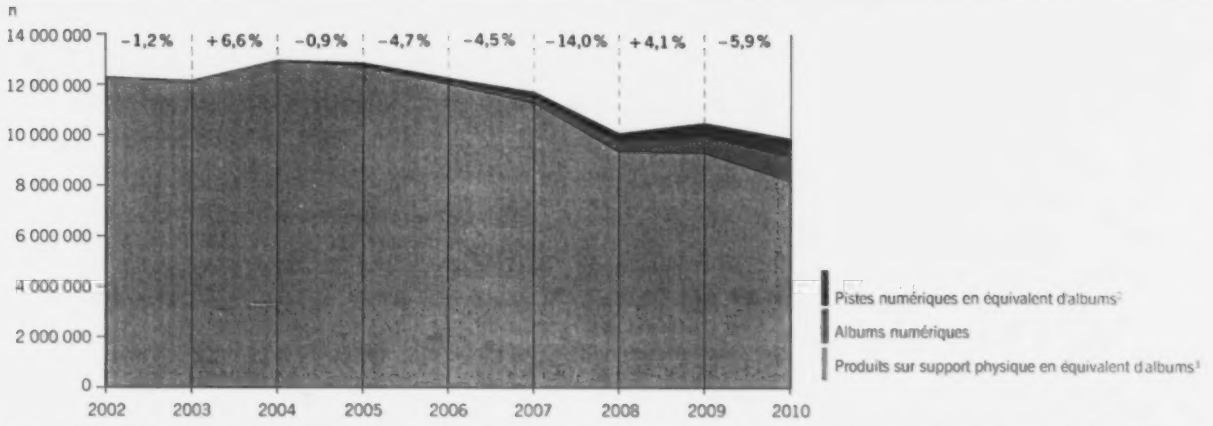
Tableau 2 Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le produit, Québec, 2005 à 2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	%					
Produits sur support physique en équivalent d'albums[1]	99,1	98,1	96,3	92,8	88,7	83,1
Albums numériques	0,5	0,9	2,0	4,0	6,5	9,7
Pistes numériques en équivalent d'albums[2]	0,4	0,9	1,7	3,1	4,8	7,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluant les albums et les *singles* (13 *singles* = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.
2. Dans les calculs, 13 singles ou pistes numériques équivalent à un album.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 1 Ventes d'enregistrements audio selon le produit[1] et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2010



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les albums et les *singles* (13 *singles* = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 3 Taux de remplacement des ventes d'albums sur support physique par des ventes de produits numériques, Québec, 2004-2010

	Unité	2004	2010	Écart 2010-2004
Ventes d'albums sur support physique[1]	n	12 954 700	8 178 900	-4 775 800
Ventes d'albums numériques et de pistes numériques en équivalent d'albums[2]	n	-	1 667 862	1 667 862
Taux de remplacement	%	...	...	34,9

1. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.
2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

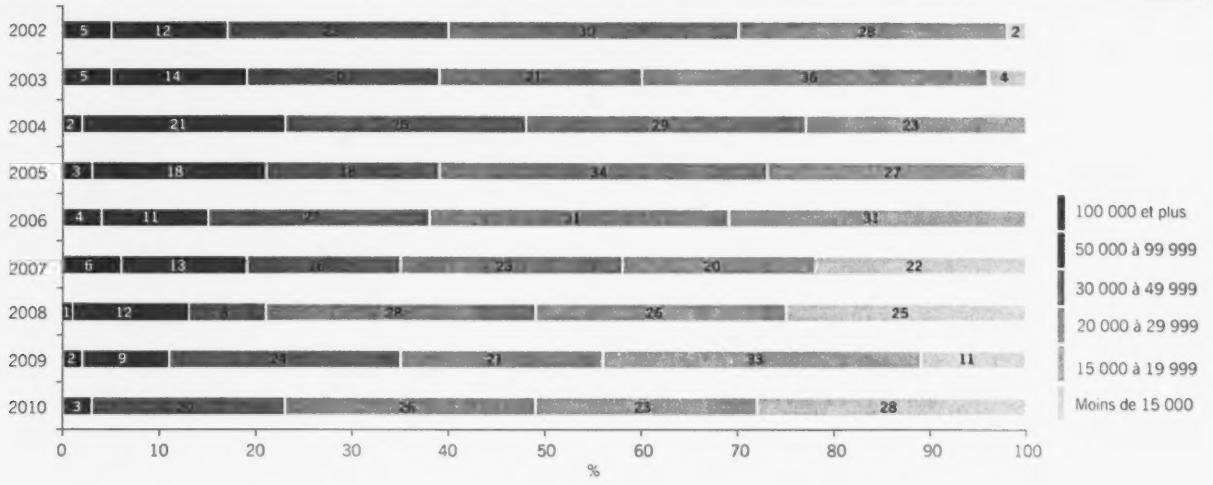
Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Vente d'albums depuis 2002[6]

ques) sont en baisse en 2010 (–8 %), après avoir connu un soubresaut en 2009 avec une hausse de 2 %. Cette baisse, la deuxième plus en 2008, et 3 en 2010. Le nombre d'albums avec moins de 15 000 copies vendues dans le palmarès des 100 meilleurs vendeurs est ainsi dans le reste du Canada, les ventes de CD sont à 17,2 millions, soit une baisse de 51 % en six

ventes d'enregistrements sonores, est le reflet de la performance des albums les plus vendus au cours d'une année (tableau 1). Le nombre Après des ventes de 13,0 millions de CD sur le marché québécois en 2004, ces ventes ne Québec indiquent toutefois une hausse de 2 % des ventes de CD pour les cinq premiers mois.

Figure 2 Répartition des 100 albums les plus vendus selon le nombre de copies vendues, Québec, 2002 à 2010



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

6. Notons que les données de 2002 et 2003 doivent être considérées avec prudence, car elles incluaient, à l'origine, les données sur les enregistrements classés « *music videos* » que l'OCCQ a soustraits pour obtenir les ventes de CD (albums et *singles* sur support physique). Depuis 2004, Nielsen SoundScan compilant elle-même les totaux, les données sont plus précises et permettent de séparer les albums, les *singles* et les enregistrements musicaux.

7. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Vente de produits numériques[8] : la forte croissance se poursuit

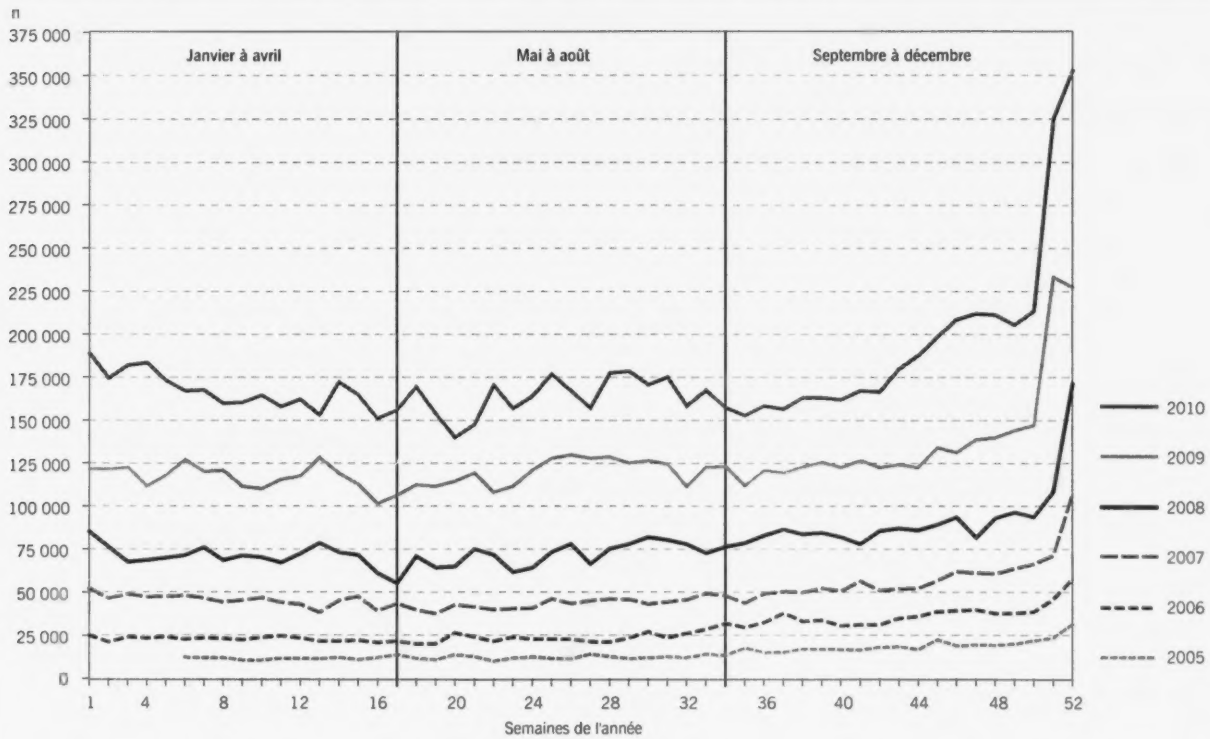
Les résultats des ventes de produits numériques en 2010 viennent renforcer le constat fait depuis deux ans : les consommateurs québécois optent de plus en plus pour les produits musicaux dématérialisés. Les ventes d'albums numériques continuent sur leur lancée, malgré une croissance plus faible en 2010 (41 %) qu'en 2009 (68 %), 2008 (76 %) et 2007 (105 %). Après le succès des pièces uniques, communément appelées *singles*, dans les années 1960 et 1970, le phénomène a trouvé un second souffle sous la forme des pistes numériques depuis quelques années. La croissance des pistes numériques a ralenti en 2010, pour s'établir à 41 %. L'achat de pistes à l'unité continue ainsi de s'installer dans les habitudes de consommation (tableau 1).

Chaque année depuis 2005, les ventes hebdomadaires de pistes numériques sont supérieures à celles de la semaine correspondante l'année précédente. C'est autour du mois de mai que les ventes sont au plus bas, avant d'amorcer une tendance à la hausse en septembre, pour culminer à des sommets durant la période des fêtes de fin d'année. En 2010, c'est durant la semaine du 27 décembre 2010 au 2 janvier 2011 qu'il s'est vendu le plus de pistes, soit 352 700 (figure 3). Malgré cette croissance des ventes, nous verrons plus loin qu'aucun titre québécois ne figure dans le palmarès des 50 pistes les plus vendus en 2010.

Vente de vidéos musicales

Les ventes de vidéos musicales (en format VHS et DVD) ont totalisé 0,5 million d'unités en 2010, le format DVD représentant 99 % des ventes. Après deux baisses successives de 28 % en 2008 et en 2009, le marché de la vente de vidéos musicales sur support physique connaît une croissance de 27 % en 2010 (tableau 1).

Figure 3 Ventes de pistes numériques téléchargées selon la semaine de l'année, Québec, 2005 à 2010



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

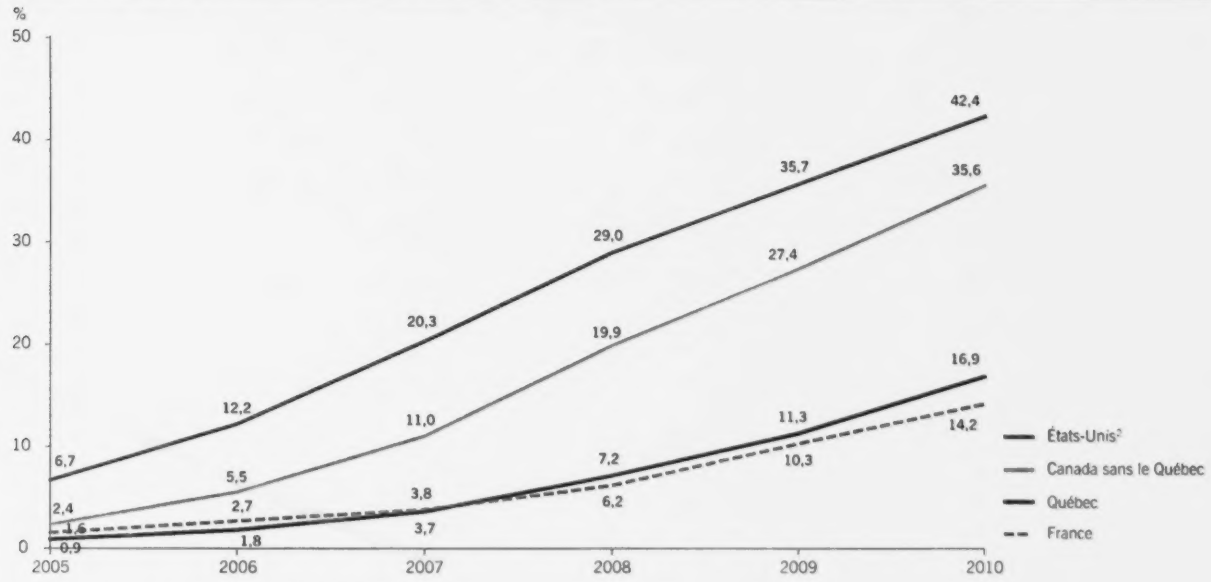
8. Les ventes d'albums et de pistes numériques sont calculées par la compagnie Nielsen SoundScan.

Poids du numérique au Québec et ailleurs

La part du numérique dans les ventes d'enregistrements audio est maintenant de 17 % (11 % en 2009) au Québec, mais qu'en est-il ailleurs au Canada? En 2010, dans le reste du Canada, la part du numérique se situe en moyenne à 36 %, soit 34 % en Ontario, 41 % en Colombie-Britannique, 38 % dans les provinces de l'Ouest et 23 % dans les provinces de l'Atlantique[9]. On constate que le Québec et, dans une moindre mesure, les provinces de l'Atlantique se distinguent du reste du Canada. Depuis 2006, le poids du Québec dans l'ensemble des ventes sur le territoire canadien est passé de 27 % à 32 % pour le CD et de 10 % à 15 % pour les produits numériques. Ce décalage entre les produits physiques et numériques pourrait s'expliquer en partie par la plus faible pénétration des équipements technologiques comme le téléphone cellulaire, Internet haute vitesse et les lecteurs numériques portables dans les ménages québécois par rapport au reste du Canada, comme l'indiquait un sondage réalisé par le Centre de recherche Décima en 2008[10].

Aux États-Unis, la part du numérique est maintenant de 42 % (36 % en 2009) et en France de 14 % (10 % en 2009), soit un résultat similaire à celui du Québec. La place du numérique dans les ventes de musique au Québec se compare avec la situation qui prévalait aux États-Unis en 2007 (20 %) ou dans le reste du Canada en 2008 (20 %). Les résultats préliminaires pour 2011 indiquent qu'après les cinq premiers mois, la part du numérique au Québec se situe maintenant à 25 % (figure 4).

Figure 4 Part du numérique[1] dans le marché des ventes au détail d'enregistrements audio selon la région, 2005 à 2010



1. Dans les calculs, 13 *singles* ou pistes numériques équivalent à un album.
2. Pour les États-Unis, les données utilisées sont celles sur les ventes publiées par Nielsen SoundScan, à l'exception des données sur les *singles*, qui proviennent des données de la Recording Industry Association of America sur le nombre de copies distribuées par les maisons de disques (manufacturers unit shipments).

Sources : Québec et Canada - Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan, France - Snep, États-Unis - Nielsen SoundScan et RIAA.
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

9. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
10. *L'industrie canadienne de la musique, profil économique 2008*, Patrimoine canadien, 2010, 30 p. Le rapport est disponible à l'adresse [http://dsp-psd.tpsgc-pwgsc.gc.ca/collections/collection_2010/pc-ch/CH41-11-2008-fra.pdf]

Ventes selon le palmarès

Depuis le sommet de 2004, les ventes d'albums au Québec ont connu une baisse totale de 29 % à ce jour. L'analyse du palmarès des ventes au fil des années permet de constater des variations importantes selon la position des albums. Aux fins de notre analyse, nous avons regroupé les ventes d'albums en trois périodes de trois ans, soit 2002-2004, 2005-2007 et 2008-2010 (tableau 4). On constate que pour les périodes de 2005 à 2007 et de 2008 à 2010, ce sont principalement les albums situés dans les 50 premières positions ou sous la 500e position qui ont connu les baisses les plus fortes. Par exemple, de 2008 à 2010 par rapport à la période précédente, les ventes ont diminué globalement de 21 %, mais de 32 % pour les 10 meilleurs vendeurs, de 25 % pour les albums situés entre la 11e et la 50e position et de 23 % pour les albums en dehors des 500 plus grands vendeurs. À l'opposé, les albums situés entre le 201e et le 500e rang ont vu leur vente diminuer de seulement 6 %. Tout ceci semble indiquer que la chute des ventes touche principalement les albums à succès, soit les albums-locomotives qui vont pousser les ventes totales à la hausse, et les albums qui vendent moins de 2 000 copies par année. Que les albums à succès soient ceux qui écopent le plus de la chute des ventes n'est peut-être pas surprenant. Pour connaître un tel succès, ces albums doivent souvent ratisser au-delà de leur public habituel, auprès de consommateurs qui achètent le produit justement parce qu'il connaît un succès et obtient une couverture médiatique. Il semble cependant que ces consommateurs ne sont plus au rendez-vous.

Tableau 4 Variation des ventes d'enregistrements audio selon le rang dans le palmarès, Québec, 2002 à 2010

	Ventes annuelles moyennes			Variation	
	2002-2004	2005-2007	2008-2010	2005-2007/ 2002-2004	2008-2010/ 2005-2007
	n			%	
1e au 10e rang	1 131 238	1 088 302	743 578	-3,8	-31,7
11e au 50e rang	1 673 018	1 586 713	1 189 940	-5,2	-25,0
51e au 200e rang	2 022 531	1 985 719	1 685 532	-1,8	-15,1
201e au 500e rang	1 286 684	1 353 529	1 272 144	5,2	-6,0
501e rang et plus	6 356 114	6 125 103	4 722 973	-3,6	-22,9
Total	**12 469 585**	**12 139 367**	**9 614 167**	**-2,6**	**-20,8**

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les albums québécois de reprises : un phénomène toujours présent en 2010

Le concept d'album de reprises, où des artistes réinterprètent de grands succès de la chanson, existe depuis de nombreuses décennies dans l'industrie musicale, le plus bel exemple étant la parution annuelle, quelques temps avant Noël, d'albums où l'on retrouve une série de classiques du temps des fêtes réinterprétés par un ou des artistes. Cependant, depuis quelques années au Québec, les albums de reprises ont fait leur apparition en grand nombre. Pour mesurer la croissance du phénomène, nous avions, l'an passé, recensé les albums de reprises présents parmi les 50 albums québécois les plus vendus annuellement de 2002 à 2009[11].

Aux fins de notre analyse, pour être considéré comme un album de reprises, le concept de l'album doit correspondre à l'une des trois catégories suivantes :

1. un interprète ou un groupe d'interprètes qui reprennent les chansons d'un ou de différents artistes;
2. un artiste qui invite un ou des interprètes à reprendre ses chansons en duo avec lui;
3. un artiste qui reprend ses chansons avec des arrangements différents.

11. Pour une analyse détaillée du phénomène de 2002 à 2009, nous invitons le lecteur à consulter le bulletin de l'an dernier : FORTIER, Claude (2010). « Vente d'enregistrements sonores au Québec : Les albums québécois résistent pour l'instant à la baisse des ventes », Statistiques en bref, nº 61, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, juin, 24 p. [En ligne] [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Nous avons choisi d'exclure les albums de reprises issus de la musique classique, du jazz et de la musique traditionnelle, car de nombreuses années avant l'arrivée du phénomène des albums de reprises au Québec, ces genres musicaux faisaient déjà l'objet d'albums composés de réinterprétations des œuvres du répertoire.

Après trois hausses consécutives de leur part des ventes parmi les 50 albums québécois les plus vendus (25 % en 2007, 27 % en 2008 et 47 % en 2009), les albums de reprises sont en léger repli en 2010, représentant désormais 37 % des ventes. En 2010, 16 des 50 albums québécois les plus vendus sont des albums de reprises (22 en 2009). Afin d'avoir un meilleur aperçu du phénomène qui se développe depuis quelques années, le poids des albums de reprises a été calculé en excluant les albums de Noël et les albums en concert, ce qui donne tout de même pour 2010 un total de 14 albums sur 50 et 30 % des ventes (tableau 5).

Tableau 5 Albums de reprises dans le palmarès des 50 albums[1] québécois[2] les plus vendus, Québec, 2002 à 2010

Année	Albums de reprises excluant les albums de Noël et les albums en concert		Ensemble des albums de reprises	
	n	% des ventes	n	% des ventes
2002	5	17,5	8	21,1
2003	6	20,4	7	24,3
2004	4	21,1	8	27,6
2005	7	13,6	9	15,5
2006	5	10,3	6	11,3
2007	9	22,0	12	24,6
2008	9	19,5	11	27,3
2009	19	41,1	22	46,6
2010	14	30,4	16	36,5

1. Incluant les ventes d'albums sur support physique et les albums numériques.
2. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Part québécoise dans les ventes : albums et pistes, deux phénomènes distincts

En 2010, la part québécoise au sein de l'ensemble des ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums se situe à 43 % (47 % en 2009) et celle des enregistrements audio industriellement québécois à 40 % (48 % en 2008). En combinant les deux, 48 % des enregistrements audio en équivalent d'albums vendus au Québec en 2010 ont au moins une dimension québécoise (51 % en 2009) (tableau 6).

En 2010, la part des produits québécois parmi les albums numériques fait du surplace. Après être passée de 23 % en 2008 à 35 % en 2009, elle se situe maintenant à 33 %. En comparaison, la part des CD ayant une composante québécoise (artistique ou industrielle) est de 50 % (53 % en 2009). En général, parmi les albums les plus vendus, les albums non québécois réussissent à réaliser une plus grande partie de leurs ventes sous forme numérique. En 2010, les 10 albums québécois les plus vendus ont généré 4 % de leurs

Tableau 6 Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1], selon le type de support, Québec, 2008 à 2010

	Dimension artistique[2]			Dimension industrielle[3]			Dimensions artistique[2] ET industrielle[3]			Dimensions artistique[2] OU industrielle[3]		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
	%											
Ensemble des albums	**41,4**	**48,4**	**45,1**	**40,9**	**48,9**	**42,0**	**36,1**	**44,9**	**37,7**	**46,2**	**52,4**	**49,5**
Support physique[4]	41,9	48,9	46,0	41,5	49,5	42,8	36,6	45,3	38,5	46,8	53,1	50,3
Albums numériques	21,5	33,2	29,7	18,4	31,7	26,6	16,9	30,3	23,1	23,0	34,6	33,3
Pistes numériques téléchargées	6,3	7,2	7,0	4,0	5,0	6,1	3,7	5,0	5,7	6,6	7,2	7,3
Albums + pistes numériques convertis en équivalent d'albums[5]	40,9	47,3	43,3	40,3	47,8	40,3	35,6	43,9	36,2	45,6	51,3	47,5

1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. La dimension artistique d'un enregistrement audio se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
3. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disque ayant commercialisé le produit.
4. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.
5. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

ventes sous forme numérique comparativement à 7 % pour les 10 albums non québécois les plus vendus. Exception notable à cette tendance, deux groupes québécois, Arcade Fire et Karkwa, dont les ventes de leur dernier album se sont respectivement faites à 23 % et 17 % sous format numérique.

Les pistes numériques québécoises continuent, elles aussi, à faire du surplace, avec une part de marché similaire à celle de 2008 et 2009 (7 %) et en deçà de celle des albums numériques québécois. La piste numérique, dont les ventes en 2010 au Québec équivalent à plus de 700 000 albums (13 pistes = 1 album), est un produit musical qui prend une place grandissante dans le marché, sans que la musique québécoise ait réussi à ce jour à y faire sa place (tableau 6).

Plusieurs hypothèses à vérifier pourraient expliquer la faible part des produits québécois dans la vente des pistes numériques. La première serait la mise en marché différente entre les pistes québécoises et les pistes étrangères. Considérant que la disponibilité des pistes québécoises entendues à la radio est la même que les pistes étrangères, il faudrait vérifier si ces dernières font l'objet d'une mise en marché particulière, comme la possibilité d'acheter une ou plusieurs pistes avant le lancement de l'album. Une analyse des 10 pistes étrangères les plus vendues en 2010 indique que neuf de ces pistes ont été rendues disponibles avant la sortie de l'album. Le même exercice pour les dix pistes québécoises les plus vendues montre que cinq étaient disponibles avant la sortie de l'album et qu'une piste a uniquement été diffusée en *single*. Ces résultats parcellaires pourraient indiquer que le succès de vente d'une piste numérique passe en partie par la diffusion de celle-ci avant la sortie de l'album. Cette pratique est largement utilisée par les maisons de disques américaines, mais nous n'avons pu vérifier si c'est le cas des maisons de disques québécoises.

Une autre hypothèse pouvant expliquer la faible part de marché occupée par les pistes québécoises est liée aux caractéristiques du segment de consommateurs de musique que constituent les acheteurs de pistes numériques. Ainsi, le groupe de consommateurs qui achète ces pistes serait majoritairement des jeunes. Selon l'enquête de 2009 sur les pratiques culturelles au Québec du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF)[12], c'est chez les 15-24 ans qu'il y a le plus fort pourcentage de gens disant vivre dans un ménage possédant un baladeur ou un lecteur portatif (87 % contre 70 % chez les 25-34 ans) ou deux téléphones cellulaires ou plus (65 % contre 39 % chez les 25-34 ans). En conséquence, c'est dans ce groupe d'âge qu'il y a la plus forte proportion de personnes déclarant écouter souvent de la musique à partir d'un baladeur (67 % contre 33 % chez les 25-34 ans) ou de l'ordinateur (64 % contre 43 % chez les 25-34 ans). C'est aussi dans ce groupe d'âge qu'il y a le plus fort pourcentage de personnes déclarant avoir téléchargé de la musique à partir d'Internet quelquefois ou souvent (52 % contre 33 % chez les 25-34 ans). Par ailleurs, le rapport note que la proportion de personnes déclarant n'écouter jamais ou rarement de la musique d'artistes québécois est plus élevée chez les personnes de 15-24 ans (35 %) que dans les autres groupes d'âge. Autrement dit, l'acheteur moyen de pistes numériques serait jeune et serait moins porté à consommer de la musique d'artistes québécois que les consommateurs plus âgés.

Depuis 2003, le disque québécois occupe la moitié du marché au Québec

La performance des produits québécois en 2010 (50 % des ventes), malgré un recul par rapport à 2009 (52 %), demeure dans la moyenne des huit dernières années, qui est de 49 %. Seule l'année 2002 se démarque avec une part québécoise de 38 %. Comme nous n'avons pas de données avant 2002, il n'est pas possible de savoir si ce résultat est atypique ou reflète plutôt la tendance du début des années 2000. Les variations observées d'une année à l'autre illustrent à quel point le poids des produits québécois dans les ventes est tributaire du nombre de succès québécois pour une année donnée. Par exemple, en 2002, 160 albums québécois se trouvaient parmi les 500 meilleurs vendeurs, dont 18 parmi les 50 premiers pour une part des ventes de 38 %. En 2010, ce nombre se situe à 219 parmi les 500 meilleurs vendeurs, dont 28 parmi les 50 premiers (tableau 7).

Tableau 7 Part des titres québécois parmi les ventes d'albums[1, 2], Québec, 2002 à 2010

Année	Dimension artistique[3]	Dimension industrielle[4]	Dimensions artistique[3] ET industrielle[4]	Dimension artistique[3] OU industrielle[4]	Albums québécois parmi les 500 albums les plus vendus
	%				n
2002	33,0	32,4	27,4	38,0	160
2003	44,9	40,5	40,5	48,3	178
2004	48,3	43,1	40,6	50,9	198
2005	40,7	35,3	31,8	44,3	203
2006	41,2	41,1	37,6	44,7	180
2007	46,6	44,8	38,4	53,0	203
2008	41,4	40,9	36,1	46,2	200
2009	48,4	48,9	44,9	52,4	211
2010	45,1	42,0	37,7	49,5	219

1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
4. De 2002 à 2005, la dimension industrielle d'un album se rapporte à l'étiquette du disque, tandis que, depuis 2006, cette dimension industrielle se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : De 2002 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

12. Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, 2009.

Pour la période 2005-2007, les albums non québécois ont davantage été touchés par la baisse des ventes que les enregistrements québécois (–4 % contre + 2 %). Cependant, si pour la période 2008-2010, les albums étrangers ont encore connu une baisse plus significative de leurs ventes que les produits québécois (–21 % contre –16 %), en tenant compte du succès de ventes des pistes numériques, cet écart disparaît (–17 % contre –16 %) (tableau 8).

Tableau 8 Ventes d'enregistrements audio selon la période et le rang au palmarès, Québec, 2002 à 2010

	Unité	500 albums les plus vendus		500 pistes les plus vendues en équivalent d'album		Albums + pistes numériques convertis en équivalent d'albums[1]	
		Québécois[2,3]	Non québécois	Québécois[2,3]	Non québécois	Québécois[2,3]	Non québécois
Ventes de 2002 à 2004[4]	n	8 384 114	9 956 301	..	..	8 384 114	9 956 301
Ventes de 2005 à 2007	n	8 519 387	9 523 404	..	..	8 519 387	9 523 404
Ventes de 2008 à 2010	n	7 151 011	7 522 571	32 031	407 793	7 183 042	7 930 364
Variation 2005-2007/2002-2004	%	1,6	–4,3	..	..	1,6	–4,3
Variation 2005-2007/2010-2008	%	–16,1	–21,0	..	..	–15,7	–16,7

1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
4. De 2002 à 2004, les ventes d'albums incluent aussi les singles.
2. Titres qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
3. De 2002 à 2005, la dimension industrielle d'un album se rapporte à l'étiquette du disque, tandis que, depuis 2006, cette dimension industrielle se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : De 2002 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les CD québécois : forte présence dans le haut du palmarès

En 2010, la part des ventes d'albums québécois dans les 500 titres les plus vendus est de 50 % pour les CD et de 33 % pour les albums numériques. Chez les 10 meilleurs vendeurs, cette proportion est de 76 % pour les CD et de 48 % pour les albums numériques. Il faut noter la progression de la part québécoise chez les 10 albums numériques les plus vendus, qui est passée de 25 % en 2008 à 48 % en 2010. Que ce soit sur support CD ou sous format numérique, la part des produits québécois dans les ventes diminue à mesure que le nombre d'albums retenus dans le palmarès augmente, ce qui s'explique par l'offre d'albums non québécois, actuelle et passée, beaucoup plus vaste. Parmi les 28 albums québécois qui se classent dans le palmarès des 50 meilleurs vendeurs en format CD, 11 albums se classent aussi dans le palmarès des 50 meilleurs vendeurs en format numérique, dont 5 albums obtenant un meilleur rang dans le palmarès des albums numériques (Arcade Fire, Karkwa, Cœur de Pirate, Ian Kelly et Ariane Moffat). Du côté des pistes numériques, 14 pistes québécoises se hissent parmi les 200 premiers vendeurs (16 en 2009), pour une part des ventes de 4 % (5 % en 2008 et 2009) (tableau 9).

La part de marché des albums québécois dans le palmarès des 500 titres les plus vendus en 2010 est plus basse qu'en 2009. Cependant, en décortiquant le palmarès des 500 albums les plus vendus, on constate qu'en 2010, il y a une plus forte proportion des ventes de produits québécois parmi les 10 meilleurs vendeurs (68 %) qu'en 2009 (64 %), mais que cette part est plus faible si l'on prend les 50 meilleurs vendeurs (57 % contre 63 %) ou les 200 meilleurs vendeurs (53 % contre 58 %). La baisse de la part globale des albums québécois en 2010 semble donc s'expliquer par la plus faible présence des albums québécois à partir de la 11e position du palmarès (tableau 10).

Tableau 9 Part des titres québécois[1, 2] parmi les ventes d'enregistrements audio selon le support et le rang au palmarès des ventes, Québec, 2008 à 2010

Palmarès	Albums sur support physique[3]			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
	%								
10 meilleurs vendeurs	60,0	70,6	76,4	25,4	30,0	47,7	–	–	–
50 meilleurs vendeurs	57,5	63,7	60,0	28,6	41,9	38,3	–	x	–
200 meilleurs vendeurs	49,3	58,6	54,5	24,0	37,8	35,0	4,7	4,9	4,0
500 meilleurs vendeurs	46,8	53,1	50,3	23,0	34,6	33,3	6,6	7,2	7,6

1. Titres qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
2. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
3. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 10 Part des titres québécois[1, 2] parmi les ventes d'albums[3] selon le rang au palmarès des ventes, Québec, 2002 à 2010

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
					%				
10 meilleurs vendeurs	44,6	76,4	68,0	32,2	66,0	91,2	59,5	64,2	68,2
50 meilleurs vendeurs	43,0	60,5	64,6	47,3	54,4	68,8	57,0	62,5	57,1
200 meilleurs vendeurs	40,6	53,3	54,9	45,2	49,8	58,1	48,8	57,9	53,4
500 meilleurs vendeurs	38,0	48,3	50,9	44,3	44,7	53,0	46,2	52,4	49,5

1. Titres qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
2. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
3. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Vente des albums francophones

En 2010, pour l'ensemble des enregistrements audio en équivalent albums vendus[13] la part du francophone se situe à 29 % (39 % en 2009), soit 31 % pour le CD (40 % en 2009), 19 % pour les albums numériques (26 % en 2009) et 7 % pour les pistes numériques (6 % en 2009). La baisse concomitante de la part des produits francophones à la fois pour le CD et le format numérique fait en sorte que l'écart persiste entre le poids de la musique francophone sur CD et sur format numérique (albums et pistes téléchargées). Si on isole les produits québécois francophones dans l'ensemble des enregistrements audio en équivalent albums vendus, ceux-ci représentent 27 % des ventes (38 % en 2009), soit 29 % pour le CD (40 % en 2009), 18 % pour les albums numériques (26 % en 2009) et 5 % pour les pistes numériques (5 % en 2009) (tableau 11).

L'observation des ventes d'albums de 2006 à 2010 selon la langue d'enregistrement indique que la forte baisse observée pour les produits francophones en 2010 est similaire à celle observée en 2008. Comme la part des albums francophones a connu d'importantes variations ces dernières années, il faudra attendre quelques années avant de savoir si une tendance claire se dessine (tableau 12). Si la part des produits anglophones non québécois se situe à 46 % pour le CD, elle atteint 62 % pour les albums numériques et 88 % pour les pistes numériques. Les ventes de musique québécoise, en particulier en français, continuent à avoir plus de facilité à se faire sur support physique que sur numérique.

Tableau 11 Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement[1], Québec, 2008 à 2010

	Albums sur support physique[2]			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Albums + pistes numériques convertis en équivalent d'albums[3]		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
							%					
Albums québécois[4]												
En français	29,6	39,7	29,1	12,8	25,5	17,8	3,4	4,8 r	4,8	28,8	38,4	27,3
En anglais	13,0	10,5	15,6	9,6	8,8	13,2	3,2	2,5	2,4	12,9	10,2	14,9
Dans une autre langue ou sans paroles	4,1	2,9	5,7	0,5	0,3	2,2	–	– r	0,2	3,9	2,6	5,3
Albums d'origine non attestée[5]												
En français	1,4	0,7	1,7	1,5	0,4	1,5	0,8	1,0	2,3	1,4	0,6	1,7
En anglais	50,0	45,1	45,8	72,0	62,6	61,5	92,4	91,1	87,8	51,3	46,9	48,6
Dans une autre langue ou sans paroles	1,8	1,2	2,2	3,5	2,4	3,8	0,2	0,7	2,5	1,8	1,2	2,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Incluant les CD (albums et singles), les cassettes et les disques vinyles.
3. Dans les calculs, 13 *singles* ou pistes numériques équivalent à un album.
4. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
5. Albums qui ne peuvent être classés comme québécois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

13. La somme des pistes converties en album (13 pistes = un album) et des albums vendus au Québec.

Tableau 12 Répartition des ventes d'albums[1] selon la provenance et la langue d'enregistrement[2], Québec, 2006 à 2010

	2006	2007	2008	2009	2010
	%				
Albums québécois[3]					
En français	32,5	36,5	29,2	39,3	28,4
En anglais	9,5	11,5	13,0	10,4	15,5
Dans une autre langue ou sans paroles	2,6	5,0	3,9	2,7	5,5
Albums d'origine non attestée[4]					
En français	2,0	1,3	1,4	0,6	1,7
En anglais	51,4	43,2	50,6	45,8	46,7
Dans une autre langue ou sans paroles	1,9	2,6	1,8	1,2	2,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
4. Albums qui ne peuvent être classés comme québécois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

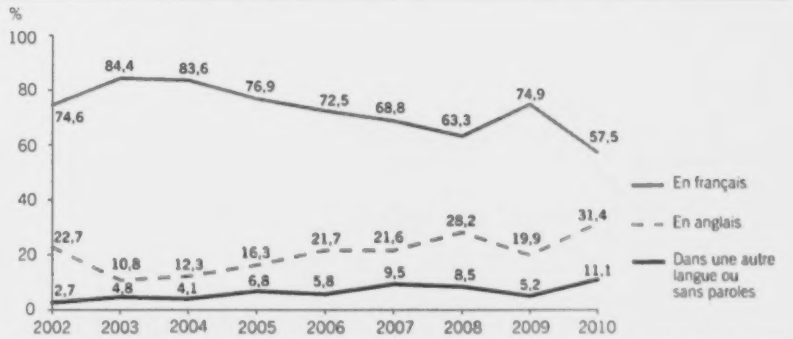
Albums québécois en anglais : effet de mode?

La part des albums francophones parmi les albums québécois vendus en 2010 (58 %) est en forte baisse par rapport au résultat de 2009 (75 %) (figure 5). En 2010, il y avait 23 albums non francophones parmi les 50 albums québécois les plus vendus, dont 5 parmi les 10 premiers (Bobby Bazini, Roch Voisine, Sylvain Cossette, Pink Martini, Florence K). En 2009, ce nombre était plutôt de 15 albums, dont aucun parmi les 10 premières positions. En 2008, on assistait à une forte croissance de la part des albums en anglais au sein des ventes d'albums québécois (28 % des ventes d'albums québécois), suivie d'une baisse en 2009 (20 %). En 2010, la part de ceux-ci est de retour à la hausse (31 %) pour atteindre un nouveau sommet depuis que l'OCCQ publie cette donnée, en 2002. À noter qu'en 2010, parmi les 50 albums québécois en anglais les plus vendus, les cinq albums au sommet du palmarès regroupent 38 % des ventes. Ce pourcentage est de 24 % pour les albums québécois en français. Il y a donc une plus forte concentration des ventes pour les albums en anglais.

En analysant les données de ventes des albums québécois, on observe que la part de marché des albums francophones est en baisse au profit des albums québécois anglophones. En 2003, au moment où la part du francophone était au sommet, sur les 178 albums québécois présents dans le palmarès des 500 meilleurs vendeurs, il y avait 138 albums francophones, 25 albums anglophones et 15 albums dans une autre langue ou sans paroles. En 2010, dans le même palmarès, nous retrouvons 219 albums québécois dont 141 en français, 52 en anglais et 26 dans une autre langue ou sans paroles. Malgré une hausse du nombre d'albums québécois, la portion des titres québécois francophones est ainsi passée de 78 % à 64 %, et celui des titres québécois anglophones de 14 % à 23 %.

Deux années viennent briser la tendance, soit 2002 et 2009. Les résultats ce ces années peuvent sembler atypiques à première vue, mais s'expliquent si on s'y attarde. En 2002, plus du tiers des ventes des albums anglophones québécois dans le palmarès des 500 albums les plus vendus s'explique par le succès de l'album *A New Day Has Come* de Céline Dion. Si cet album de Céline Dion avait été en français, avec les mêmes ventes, la part de la chanson francophone aurait été de 83 % et non de 75 %. Pour 2009, la part des ventes des albums francophones québécois, en hausse par rapport aux années précédentes (75 % par rapport à 63 %), s'explique par l'adéquation de trois facteurs : la sortie d'un nombre important d'albums par des artistes québécois établis (Ginette Reno, Fred Pellerin, Pierre Lapointe, Marie-Mai, Jean Leloup et Daniel Bélanger), le succès des albums de reprise (Isabelle Boulay, Ima, Lost Fingers, Génération Passe-Partout, Jean-Pierre Ferland et Éric Lapointe) et une année de Star Académie (Star Académie 2009, Maxime Landry). Ces facteurs ne pouvant être au rendez-vous chaque année et encore plus rarement au cours de la même année, il était prévisible que la part des albums québécois en français serait en baisse en 2010 (58 %).

Figure 5 Part des albums en différentes langues[1] parmi les ventes d'albums[2] québécois[3], Québec, 2002 à 2010



1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums québécois figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. Albums ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle (étiquette ou maison de disques).

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.
Compilation : De 2002 à 2005, codage de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les pratiques culturelles : la langue d'écoute de la musique

Les résultats de *l'Enquête sur les pratiques culturelles* du MCCCF[14] viennent étayer la tendance observée dans la baisse des ventes de musique francophone. Dans le cadre de cette enquête, il a été demandé aux répondants qui déclaraient écouter de la musique, dans quelle langue ils écoutaient leurs chansons, les choix de réponses étant : surtout en français, surtout en anglais, dans les deux langues également ou autre langue. En 2009, 16 % des Québécois ont déclaré écouter des chansons surtout en français, 26 % surtout en anglais, 54 % dans les deux langues également et 5 % dans une autre langue. Cette question ayant aussi été posée en 1989 et 1999, on constate que la proportion de répondants écoutant des chansons surtout en français est passée de 35 % en 1989, à 21 % en 1999 et à 16 % en 2009. Cette baisse n'a pas fait augmenter le pourcentage de personnes écoutant des chansons surtout en anglais (28 % en 1989 et 26 % en 2009), mais plutôt celui des gens déclarant écouter des chansons dans les deux langues (37 % en 1989 à 54 % en 2009). Cette croissance de l'écoute de chansons dans les deux langues pourrait, en partie, expliquer la baisse de la part des albums francophones vendus parmi les albums québécois au cours des dernières années (tableau 13).

Le croisement de la langue d'écoute de la musique avec différentes variables sociodémographiques permet de constater que, outre la langue parlée le plus souvent à la maison, l'âge du répondant est aussi un facteur important contribuant à déterminer la langue d'écoute des chansons. Ainsi, en 1989, 1999 et 2009, la proportion de personnes écoutant surtout des chansons en anglais est systématiquement plus élevée chez les groupes d'âge plus jeune (figure 6). Il semble donc que le fait d'écouter des chansons surtout en anglais soit principalement déterminé par l'âge des répondants et qu'en vieillissant, une partie de ceux-ci écoutent aussi des chansons en français ou dans une autre langue.

La proportion de répondants écoutant des chansons surtout en français augmente avec l'âge. En 2009, elle est de 2 % chez les 15-24 ans pour culminer à 39 % chez les 65 ans et plus (ligne noir foncé de la figure 7). En se limitant à une analyse sommaire, on est tenté de conclure que l'écoute de chanson surtout en français évolue dans le sens contraire de l'écoute de chansons en anglais, une proportion importante de jeunes, en vieillissant, passant de l'anglais au français comme principale langue d'écoute de musique. Avant de conclure trop vite, il faut d'abord voir si, derrière cette tendance, il se cache un effet de génération.

Un effet générationnel s'observe quand une partie importante d'un même groupe d'âge adopte un comportement dans sa jeunesse qui perdure à l'âge adulte et qui est distinct des comportements des générations précédentes. Un effet générationnel s'appuie sur le fait que les membres d'une génération ont vécu les mêmes événements au même âge, que chaque génération est d'abord marquée par ce qu'elle vit durant sa jeunesse et que les valeurs adoptées par ses membres sont transmises à la fois par les générations précédentes, mais aussi directement par les membres de sa propre génération.

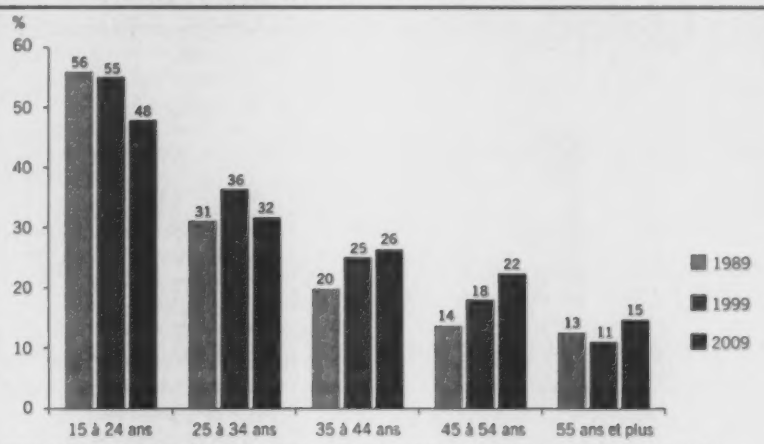
Afin de mettre en évidence l'effet de génération, le meilleur moyen est l'utilisation de figures, où chaque courbe représente une génération au fil des années (figure 7). On constate sur cette figure qu'à un même âge, dans chaque génération, la proportion de membres écoutant surtout des chansons en français est moins élevée que la génération précédente. Par exemple, en 1989, 40 % des personnes âgées entre 35 et 44 ans

Tableau 13 Langue des chansons écoutées, Québec, 1989, 1999 et 2009

	Surtout en français			Surtout en anglais			Dans les deux langues			Autres langues		
	1989	1999	2009	1989	1999	2009	1989	1999	2009	1989	1999	2009
	%											
15 à 24 ans	11,0	5,9	2,1	56,0	55,1	47,9	33,0	38,1	45,7	–	1,0	4,3
25 à 34 ans	21,8	9,9	4,9	31,2	36,4	31,7	47,0	52,8	58,8	–	0,8	4,6
35 à 44 ans	39,8	15,8	7,8	19,9	25,1	26,4	39,6	57,1	60,9	0,7	2,1	5,1
45 à 54 ans	47,3	24,5	14,1	13,8	18,1	22,4	37,8	55,8	58,4	1,1	1,5	5,0
55 à 64 ans	57,1	43,5	26,0	11,2	11,1	15,7	31,5	42,6	54,2	0,1	2,8	4,1
65 ans et plus	63,9		39,1	14,0		13,8	22,1		42,3	–		4,8
Total	**35,4**	**20,8**	**15,5**	**27,6**	**28,4**	**26,1**	**36,7**	**48,9**	**53,7**	**0,3**	**1,9**	**4,7**

Source des données : Ministère de la Culture, de la Communication et de la Condition féminine, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, 1989, 1999 et 2009.
Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 6 Proportion des gens déclarant écouter surtout des chansons en anglais selon le groupe d'âge, Québec, 1989, 1999 et 2009



Source des données : Ministère de la Culture, de la Communication et de la Condition féminine, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, 1989, 1999 et 2009.

14. Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, 1989, 1999 et 2009.

écoutaient surtout des chansons en français. En 2009, ce pourcentage n'est plus que de 8 % pour le même groupe d'âge.

Il ne faut donc pas conclure que plus on est vieux et plus on écoute surtout des chansons en français, mais plutôt « qui écoute surtout des chansons en français à 20 ans, écoutera surtout des chansons en français en vieillissant ».

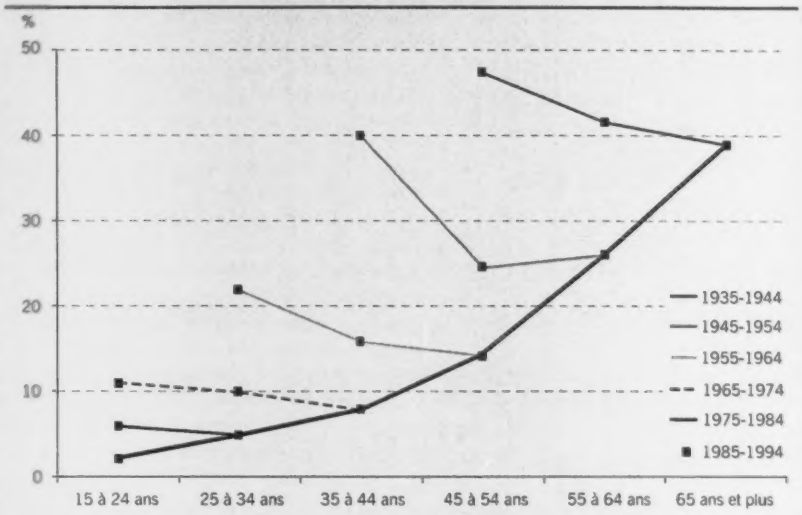
Un effet de génération est aussi observé pour la proportion des répondants disant écouter des chansons en français et en anglais, chaque nouvelle génération écoutant en plus grande proportion des chansons dans les deux langues (figure 8). Par exemple, en 1989, 40 % des personnes âgées entre 35 et 44 ans écoutaient des chansons dans les deux langues. En 2009, ce pourcentage s'établit maintenant à 61 % pour le même groupe d'âge.

Ainsi, depuis au moins 20 ans, à mesure qu'une nouvelle génération se met à écouter de la musique, une part de plus en plus importante de celle-ci choisit de ne plus seulement écouter des chansons en français, mais aussi en anglais. Une des hypothèses qui peut être avancée pour expliquer cette transition est la croissance du bilinguisme (français et anglais) dans les nouvelles générations. Si, en 1991, lors du recensement, 35 % des Québécois se déclaraient bilingues, en 2006, ils étaient 41 %[15]. Considérant la forte baisse de la proportion des personnes écoutant seulement des chansons en français (35 % en 1989 à 16 % en 2009), la hausse du bilinguisme ne peut cependant pas être évoquée comme principal facteur explicatif.

Cependant, considérant qu'en 2006, 55 % des personnes de 25-34 ans se disent bilingues, le remplacement des générations précédentes par de nouvelles générations plus bilingue contribuera graduellement à la croissance de la population maîtrisant le français et l'anglais au Québec[16]. Cette augmentation du bilinguisme dans la population pourrait venir contribuer à la croissance de l'écoute de chansons en anglais dans les nouvelles générations.

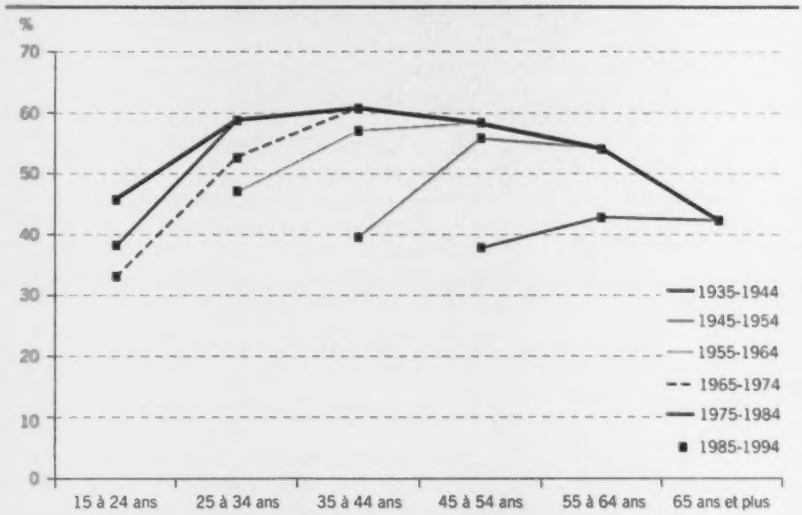
L'effet de génération n'est qu'un des facteurs explicatifs des changements observés dans les pratiques culturelles. Celles-ci sont en grande partie déterminées par l'offre culturelle, les pratiques de notre entourage (famille et amis) et la valorisation sociale liées à une pratique[17]. Il ne faut pas non plus sous-estimer les changements technologiques (révolution numérique), sociodémographiques (changement dans le poids des générations), socioéconomiques (évolution de la répartition des revenus par tranche d'âge) et socioculturels (évolution des valeurs). Par exemple, dans le cas de la musique, les changements observés dans les pratiques ces dernières années sont certainement affectés par la numérisation des contenus et l'arrivée de nouveaux supports permettant l'écoute nomade de la musique.

Figure 7 Proportion des personnes écoutant surtout des chansons en français, selon l'âge pour différentes cohortes, Québec, 2009



Source des données : Ministère de la Culture, de la Communication et de la Condition féminine, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, 1989, 1999 et 2009.

Figure 8 Proportion des personnes écoutant des chansons en français et en anglais, selon l'âge pour différentes cohortes, Québec, 2009



Source des données : Ministère de la Culture, de la Communication et de la Condition féminine, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, 1989, 1999 et 2009.

15. Données provenant du Recensement de Statistique Canada et disponible sur le site du Secrétariat à la politique linguistique du Québec [http://www.spl.gouv.qc.ca/documentation/rapportssondagesstatistiques/dynamiquedeslangues/tableaux/#c263] (consulté le 1er juin 2011).

16. Source : Statistique Canada, Recensement de 2006.

17. Olivier DONNAT et Florence LÉVY, Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, coll. « Culture prospective », 2007-3. [En ligne] (http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cprospective07_3.pdf)

Évolution de la concentration des ventes

Dans le domaine de la musique, comme dans d'autres domaines de la culture, on observe chaque année, de façon constante, un phénomène de concentration des ventes autour des titres occupant le haut du palmarès. Pour les CD, les résultats de 2010 indiquent une diminution de la concentration des ventes, principalement pour les cinq albums les plus vendus (4 % contre 6 % en 2009). Le CD se caractérise toujours par une plus grande concentration des ventes que les albums ou les pistes numériques. Les 50 CD les plus vendus ont raflé 19 % des ventes totales, les 50 albums numériques les plus vendus 13 % des ventes et les 50 pistes les plus vendues 13 %. Les 500 meilleurs vendeurs représentent 51 % des ventes pour le CD, 40 % pour les albums numériques et 31 % pour les pistes (tableau 14). Au fil des années, plus la vente des pistes numériques progresse et plus la concentration des ventes augmente, ce qui laisse penser que la croissance du numérique profite surtout aux meilleurs vendeurs.

De 2002 à 2010, il existe une relative constance dans la répartition des ventes des albums. Cependant, l'année 2010 se caractérise par une plus faible concentration, en particulier pour les 50 albums les plus vendus (18 % des ventes). La part des dix albums les plus vendus dans l'ensemble des ventes (6 %) atteint un plancher jamais vu depuis 2002, signifiant ainsi que ce sont les meilleurs vendeurs qui sont le plus touchés par la baisse des ventes d'albums (figure 9). L'évolution inverse de la concentration des ventes pour les albums et pour les pistes semble démontrer une relation entre l'importance des ventes et la concentration des ventes dans le haut du palmarès, une hausse des ventes entraînant une hausse de la concentration, et vice-versa.

L'analyse de la concentration des ventes d'albums québécois montre qu'en 2010, les dix albums québécois les plus vendus représentent 21 % des ventes de l'ensemble des albums québécois présents dans les 500 albums les plus vendus, en forte baisse par rapport à 2009 (39 %). Ces résultats indiquent que ce sont les albums au sommet du palmarès québécois qui ont particulièrement accusé le coup de la baisse des ventes en 2010, tout comme en 2008. Bref, le phénomène de la chute des ventes, qui touche essentiellement les albums à succès, est à l'œuvre aussi bien pour l'ensemble de la musique, comme on l'a vu, que pour les produits québécois (tableau 15).

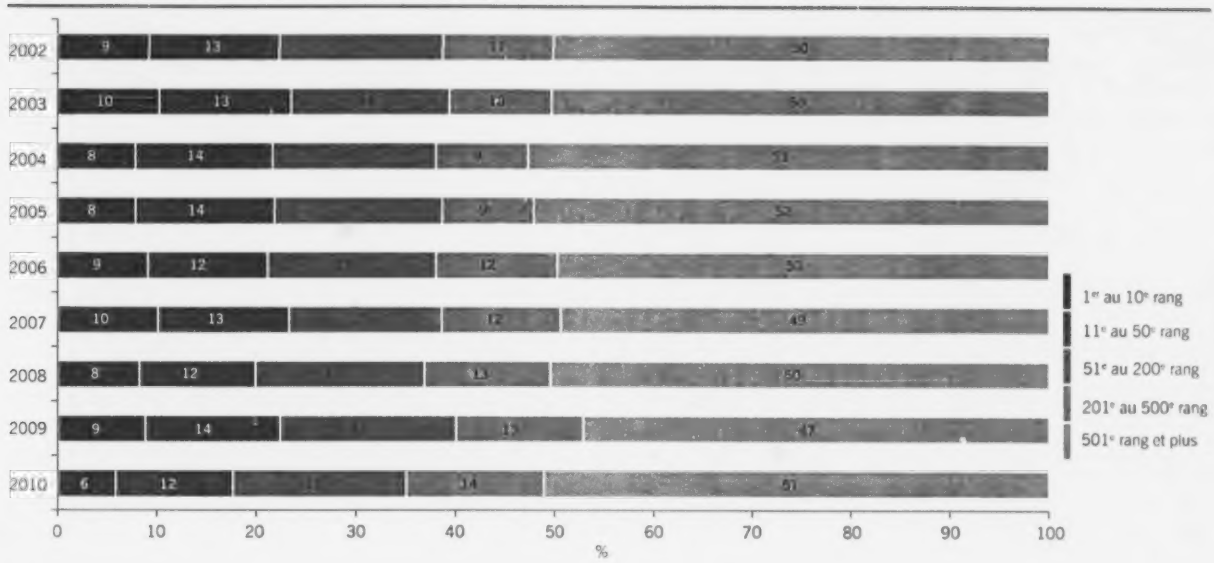
Tableau 14 Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le rang au palmarès et le support, Québec, 2008 à 2010

	Albums sur support physique[1]			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
	%								
5 meilleurs vendeurs	4,4	6,3	3,8	4,2	2,7	3,3	1,9	2,5	2,5
10 meilleurs vendeurs	7,1	9,3	6,2	6,0	4,7	5,1	3,5	4,3	4,3
50 meilleurs vendeurs	15,0	23,3	18,6	14,2	13,8	13,0	9,4	10,6	13,4
200 meilleurs vendeurs	30,3	41,4	36,7	27,8	27,5	26,6	17,2	19,8	23,7
500 meilleurs vendeurs	50,4	54,4	50,9	39,3	39,4	38,9	24,9	27,2	31,2

1. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 9 Répartition des ventes d'albums[1] selon le rang des titres au palmarès, Québec, 2002 à 2010



1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 15 Part des titres les plus vendus parmi les ventes d'albums[1] québécois[2], 2002 à 2010

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
					%				
5 meilleurs vendeurs	24,7	27,2	19,9	18,2	24,3	24,2	18,7	27,3	12,8
10 meilleurs vendeurs	37,3	38,9	29,6	28,7	34,2	36,5	30,4	38,7	21,4
50 meilleurs vendeurs	72,9	73,1	69,9	66,6	67,9	69,1	65,9	76,8	57,6
100 meilleurs vendeurs	89,9	89,7	87,9	85,9	85,9	84,9	83,2	92,2	77,3

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Titres qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Palmarès des ventes au Québec en 2010

Le lecteur trouvera, aux tableaux 15 à 18 de ce bulletin, quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2010 : les albums les plus vendus, les albums québécois les plus vendus, les albums numériques les plus vendus et les pistes numériques les plus vendues.

Palmarès des albums

Pour la première fois depuis que l'OCCQ compile des données sur les ventes (2002), l'album le plus vendu au Québec est un album étranger, *Recovery* de Eminem. Parmi les 50 titres d'albums les plus vendus en 2010, 28 sont des produits québécois (29 en 2009) et 15 ont le français comme langue d'enregistrement (22 en 2009). La place des albums québécois parmi les meilleurs vendeurs est semblable à celle de 2009 (tableau 16).

Si l'on retient les 50 albums québécois les plus vendus en 2010, 27 ont le français comme langue d'enregistrement (35 en 2009), 16 l'anglais et 7 une autre langue. Après une année de recul en 2009, les albums québécois de langue anglaise sont de retour parmi les meilleurs vendeurs, comme c'était le cas en 2007 et 2008 (tableau 17).

Tableau 16 Liste des albums[1] les plus vendus, Québec, 2010

Rang	Artiste[2]	Titre[2]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Eminem	Recovery	Anglais	Autre	Autre
2	**Bobby Bazini**	**Better in Time**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
3	**Roch Voisine**	**Americana**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
4	**Maxime Landry**	**Vox pop**	**Français**	**Québec**	**Québec**
5	**William Deslauriers**	**Un pied a terre**	**Français**	**Québec**	**Québec**
6	**Sylvain Cossette**	**70s vol. 3**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
7	Justin Bieber	My World 2.0	Anglais	Autre	Autre
8	**Annie Villeneuve**	**Noël chez moi**	**Français**	**Québec**	**Québec**
9	**Fred Pellerin**	**Silence**	**Français**	**Québec**	**Québec**
10	David Guetta	One Love	Anglais	Autre	Autre
11	Black eyed peas	Beginning	Anglais	Autre	Autre
12	Black eyed peas	The E.N.D. (Energy Never Dies)	Anglais	Autre	Autre
13	**Pink Martini**	**Joy to the World**	**Autre**	**Autre**	**Québec**
14	**Éric Lapointe**	**Le ciel de mes combats**	**Français**	**Québec**	**Québec**
15	Lady Gaga	The Fame	Anglais	Autre	Autre
16	Jack Johnson	To the Sea	Anglais	Autre	Autre
17	**Florence K**	**Havana Angels**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
18	**Arcade Fire**	**Suburbs**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
19	Artistes variés	Much Dance 2011	Anglais	Autre	Autre
20	**Edgar Fruitier**	**Le Noël d'Edgar**	**Autre**	**Autre**	**Québec**
21	Rihanna	Loud	Anglais	Autre	Autre
22	Bon Jovi	Bon Jovi Greatest Hits	Anglais	Autre	Autre
23	Ke$ha	Animal	Anglais	Autre	Autre
24	**Gilles Vigneault et artistes variés**	**Retrouvailles**	**Français**	**Québec**	**Québec**
25	**André Gagnon**	**Les chemins ombragés**	**Autre**	**Québec**	**Québec**
26	**Nicole Martin**	**Il etait une fois... Nicole Martin**	**Français**	**Québec**	**Québec**
27	**Marie-Mai**	**Version 3.0**	**Français**	**Québec**	**Québec**
28	Perry Katty	Teenage Dream	Anglais	Autre	Autre
29	**Mario Pelchat**	**Toujours de nous**	**Français**	**Québec**	**Québec**
30	Michael Buble	Crazy Love	Anglais	Autre	Autre
31	Artistes variés	Muchdance 2010/Danseplus 2010	Anglais	Autre	Autre
32	**Karkwa**	**Les chemins de verre**	**Français**	**Québec**	**Québec**
33	Phil Collins	Going Back	Anglais	Autre	Autre
34	**Susie Arioli**	**Christmas Dreaming**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
35	**Nadja**	**Nadja**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
36	Artistes variés	Ultra Mix 3	Anglais	Autre	Autre
37	**Cœur de pirate**	**Coeur de pirate**	**Français**	**Québec**	**Québec**
38	**Ian Kelly**	**Speak your Mind**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
39	**Ariane Moffat**	**Trauma - chansons de la série**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
40	**Daniel Desnoyers**	**Summer Session 10**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
41	**Nicole Martin**	**Cocktail de douceur**	**Français**	**Québec**	**Québec**
42	**Nicola Ciccone**	**Imaginaire**	**Français**	**Québec**	**Québec**
43	Milow	Milow	Anglais	Autre	Autre
44	Adam Lambert	For your Entertainment	Anglais	Autre	Autre
45	**Luc Plamondon**	**J'aurais voulu être un artiste**	**Français**	**Québec**	**Québec**
46	Shakira	Sale el Sol	Autre	Autre	Autre
47	Justin Bieber	My Worlds	Anglais	Autre	Autre
48	**Jean-François Breau / Marie-Ève Janvier**	**Donner pour donner**	**Français**	**Québec**	**Québec**
49	Sade	Soldier of Love	Anglais	Autre	Autre
50	Avenged Sevenfold	Nightmare	Anglais	Autre	Autre

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.
Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 17 Liste des albums[1] québécois les plus vendus, Québec, 2010

Rang québécois	Rang général	Artiste	Titre	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	2	Bobby Bazini	Better in Time	Anglais	Québec	Québec
2	3	Roch Voisine	Americana	Anglais	Québec	Autre
3	4	Maxime Landry	Vox pop	Français	Québec	Québec
4	5	William Deslauriers	Un pied a terre	Français	Québec	Québec
5	6	Sylvain Cossette	70s volume 3	Anglais	Québec	Québec
6	8	Annie Villeneuve	Noël chez moi	Français	Québec	Québec
7	9	Fred Pellerin	Silence	Français	Québec	Québec
8	13	Pink Martini	Joy to the World	Autre	Autre	Québec
9	14	Éric Lapointe	Le ciel de mes combats	Français	Québec	Québec
10	17	Florence K	Havana Angels	Anglais	Québec	Québec
11	18	Arcade Fire	Suburbs	Anglais	Québec	Autre
12	20	Edgar Fruitier	Le Noël d'Edgar	Autre	Autre	Québec
13	24	Gilles Vigneault et artistes variés	Retrouvailles	Français	Québec	Québec
14	25	André Gagnon	Les chemins ombragés	Autre	Québec	Québec
15	26	Nicole Martin	Il etait une fois... Nicole Martin	Français	Québec	Québec
16	27	Marie-Mai	Version 3.0	Français	Québec	Québec
17	29	Mario Pelchat	Toujours de nous	Français	Québec	Québec
18	32	Karkwa	Les chemins de verre	Français	Québec	Québec
19	34	Susie Arioli	Christmas Dreaming	Anglais	Québec	Québec
20	35	Nadja	Nadja	Anglais	Québec	Québec
21	37	Cœur de Pirate	Cœur de Pirate	Français	Québec	Québec
22	38	Ian Kelly	Speak your Mind	Anglais	Québec	Québec
23	39	Ariane Moffatt	Trauma - chansons de la série	Anglais	Québec	Québec
24	40	Daniel Desnoyers	Summer Session 10	Anglais	Québec	Québec
25	41	Nicole Martin	Cocktail de douceur	Français	Québec	Québec
26	42	Nicola Ciccone	Imaginaire	Français	Québec	Québec
27	45	Luc Plamondon	J'aurais voulu être un artiste	Français	Québec	Québec
28	48	Jean-François Breau / Marie-Ève Janvier	Donner pour donner	Français	Québec	Québec
29	51	Marie-Josée Lord	Airs d'opéra	Autre	Québec	Québec
30	52	Artistes variés	50 succès des années 50	Français	Québec	Québec
31	53	Marc Hervieux	Après nous	Français	Québec	Québec
32	55	Alain Lefevre	L'enfant prodige : l'incroyable destinée d'André Mathieu	Autre	Québec	Québec
33	59	Daniel Desnoyers	In Da House, vol. 5	Anglais	Québec	Québec
34	61	Patrick Norman	Where I Come From (Tribute to Hank Williams)	Anglais	Québec	Québec
35	62	Marc Dupré	Entre deux mondes	Français	Québec	Québec
36	63	Marjo	Marjo et ses hommes vol. 2	Français	Québec	Québec
37	64	Zaz	Zaz	Français	Autre	Québec
38	65	Artistes variés	12 hommes rapaillés chantent Gaston Miron vol. 2	Français	Québec	Québec
39	66	Radio Radio	Belmundo Regal	Français	Autre	Québec
40	67	MC Mario	Sun Factory 11	Anglais	Québec	Autre
41	69	Bernard Adamus	Brun	Français	Québec	Québec
42	70	Angèle Dubeau & La Pieta	Noël!	Autre	Québec	Québec
43	72	Lucky Uke	Lucky Uke	Anglais	Québec	Québec
44	73	M.C. Mario	Mixdown 2010	Anglais	Québec	Autre
45	76	Chantal Pary	25 numéro 1	Français	Québec	Québec
46	77	Nikki Yanofsky	Nikki	Anglais	Québec	Autre
47	81	Julie Bélanger	S'il n'y avait pas toi	Français	Québec	Québec
48	86	Les Trois Accords	Dans mon corps	Français	Québec	Québec
49	87	Étienne Drapeau	Parole & musique	Français	Québec	Québec
50	93	Marc Hervieux	Tenor Arias	Autre	Québec	Québec

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Palmarès des albums numériques

Parmi les 20 albums numériques les plus vendus au Québec en 2010, six sont des produits québécois (huit en 2008 et 2009) et trois ont le français comme langue d'enregistrement (quatre en 2008 et cinq en 2009). Si l'on considère les 50 premières positions, le nombre d'albums numériques québécois est passé de 23 à 17. Comme il a déjà été dit, après une progression en 2009, les albums numériques québécois ont, dans une certaine mesure, connu un recul en 2010 (tableau 18).

Tableau 18 Liste des albums numériques les plus vendus, Québec, 2010

Rang	Artiste[1]	Titre[1]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	**Arcade Fire**	**Suburbs**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
2	Eminem	Recovery	Anglais	Autre	Autre
3	Varies	Hope for Haiti Now	Anglais	Autre	Autre
4	**Bobby Bazini**	**Better in Time**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
5	**Karkwa**	**Les chemins de verre**	**Français**	**Québec**	**Québec**
6	Jack Johnson	To the Sea	Anglais	Autre	Autre
7	**Pink Martini**	**Joy to the World**	**Autre**	**Autre**	**Québec**
8	Ke$ha	Animal	Anglais	Autre	Autre
9	Black Eyed Peas	E.N.D. (Energy Never Dies)	Anglais	Autre	Autre
10	**Radio Radio**	**Belmundo Regal**	**Français**	**Autre**	**Québec**
11	Lady Gaga	The Fame	Anglais	Autre	Autre
12	Guetta David	One Love	Anglais	Autre	Autre
13	Kanye West	My Beautiful Dark Twisted Fantasy	Anglais	Autre	Autre
14	Rihanna	Loud	Anglais	Autre	Autre
15	Black Eyed Peas	Beginning	Anglais	Autre	Autre
16	**Coeur de Pirate**	**Coeur de Pirate**	**Français**	**Québec**	**Québec**
17	Sade	Soldier of Love	Anglais	Autre	Autre
18	Linkin Park	Thousand Suns	Anglais	Autre	Autre
19	Justin Bieber	My World 2.0	Anglais	Autre	Autre
20	Gorillaz	Plastic Beach	Anglais	Autre	Autre

1. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Palmarès des pistes numériques

Le palmarès des 20 pistes numériques les plus téléchargées en 2009 illustre très bien la faiblesse des ventes de la musique québécoise en format numérique. Comme en 2008, aucune piste québécoise ne se trouve dans ce palmarès. Il faut descendre à la 56e position pour trouver une chanson d'un artiste québécois (38e position en 2009). À l'intérieur du palmarès des 500 pistes les plus vendues, 69 pistes sont québécoises (57 en 2009) (tableau 19).

Tableau 19 Liste des pistes numériques les plus vendues, Québec, 2010

Rang	Artiste	Titre	Langue	Origine artiste[1]	Origine maison de disques[1]
1	Taio Cruz	Dynamite	Anglais	Autre	Autre
2	Shakira feat. Freshly Ground	Waka Waka (This Time for Africa)	Autre	Autre	Autre
3	Black Eyed Peas	The Time (Dirty Bit)	Anglais	Autre	Autre
4	Eminem Featuring Rihanna	Love the Way you Lie	Anglais	Autre	Autre
5	Rihanna	Only Girl (in the World)	Anglais	Autre	Autre
6	Usher Featuring Pitbull	Dj Got us Falling in Love	Anglais	Autre	Autre
7	Katy Perry	California Gurls (featurig Snoop Dogg)	Anglais	Autre	Autre
8	Flo rida	Club Can't Handle Me (featuring David Guetta)	Anglais	Autre	Autre
9	Edward Maya & Vika Jigulina	Stereo Love	Anglais	Autre	Autre
10	Train	Hey, Soul Sister	Anglais	Autre	Autre
11	Eminem	Not Afraid	Anglais	Autre	Autre
12	Young Artists For Haiti	Wavin' Flag	Anglais	Autre	Autre
13	Enrique Iglesias	I Like It	Anglais	Autre	Autre
14	Usher	Omg	Anglais	Autre	Autre
15	Ke$ha	Tik Tok	Anglais	Autre	Autre
16	Jason Derulo	In my Head (Album Version)	Anglais	Autre	Autre
17	Taio Cruz	Break your Heart	Anglais	Autre	Autre
18	Far East Movement & the catara	Like a G6	Anglais	Autre	Autre
19	Lady Gaga	Alejandro	Anglais	Autre	Autre
20	B.O.B	Airplanes (featuring. Hayley Williams)	Anglais	Autre	Autre

1. Une origine «autre» est une origine autre que québécoise.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communicctions du Québec.

Revenus des maisons de disques

Les données sur les ventes d'enregistrements sonores publiées actuellement par l'OCCQ portent sur le nombre d'unités vendues, et aucune information sur les revenus de ventes n'est disponible. Afin d'avoir une idée de l'évolution des revenus que les maisons de disques tirent de la vente de musique, nous avons fait appel aux données diffusées par l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement (CRIA)[18]. Ces données concernent les revenus nets de la vente en gros de musique déclarés par les membres de la CRIA. Selon celle-ci, les ventes de ses membres représentent 95 % des ventes de musique au Canada. La CRIA publiant seulement des données pour l'ensemble du Canada, nous avons dû estimer les ventes en gros des maisons de disques sur le marché québécois en utilisant le ratio des ventes de musique effectuée au Québec par rapport à l'ensemble du Canada d'après les données de Nielsen Soundscan. Par exemple, en 2009, 31 % des CD, 14 % des albums numériques et 12 % des pistes numériques vendus au Canada l'ont été sur le territoire québécois.

De 2004 à 2009, les revenus des maisons de disques provenant de la vente de CD au Québec seraient passés de 147 M$ à 89 M$. Cette chute de 59 M$ (–40 %) des revenus tirés du CD n'a été qu'en partie compensée par les ventes de la musique numérique, dont les ventes d'albums et de pistes numériques représentaient 8 M$ en 2009. En comparaison, durant la même période, le reste du Canada a connu une chute de 214 M$ (–52 %).

Les chiffres de la CRIA remontent jusqu'en 1998, ce qui permet de constater qu'à l'échelle canadienne, le sommet des revenus tirés des CD a été atteint en 1999. En utilisant la part des ventes du Québec dans l'ensemble du Canada en 2004 (26,2 %), avant l'arrivée des produits numériques, nous pouvons estimer qu'en 1999, les revenus des maisons de disques provenant de la vente de CD au Québec étaient d'environ 183 M$. En 10 ans (1999-2009), les maisons de disques québécoises et étrangères ont ainsi vu leurs revenus tirés de la vente de CD chuter de moitié (tableau 20).

Tableau 20 Valeur estimée de certains revenus des maisons de disques, selon le support, Québec, 2004 à 2009

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
			$			
Support physique						
CD	147 124 861	143 813 789	128 485 848	108 860 660	92 641 647	88 574 156
Autres formats[1]	784 112	209 462	259 130	183 014	104 944	67 378
Téléchargements	–	–	–	2 945 973	4 992 865	7 984 787
Vidéo musicale[2]	13 585 369	16 732 271	13 997 348	12 545 302	12 224 522	7 861 787

1. Comprend les cassettes, les *singles* sur CD, les vidéos musicales en VHS et les DVD-audio.
2. Comprend seulement les vidéos musicales en DVD.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan et l'Association canadienne de l'industrie de l'enregistrement.

Compilation : Observatoire de la culture et des communications du Québec.

18. Données publiées par l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement sur son site Web [http://www.cria.ca/stats.php] (consulté le 20 mai 2011).

En conclusion

À la fin de notre bulletin sur les ventes de 2008, nous avions conclu que le marché de la musique au Québec était en profonde transition, la dématérialisation des supports de distribution venant bousculer les manières de faire de l'industrie, que l'âge d'or du support CD était révolu, celui-ci devant faire face à une baisse tendancielle de ses ventes au cours des prochaines années et, qu'en parallèle, les ventes de produits numériques allaient continuer de croître, soutenues par de nouvelles habitudes de consommation des Québécois. L'an dernier, la question n'était plus de savoir si tout ceci allait se produire, mais à quelle vitesse. La convergence de plusieurs gros succès de ventes d'albums québécois en 2007 (Claude Dubois, Céline Dion, Isabelle Boulay, etc.) et le phénomène des reprises associées à quelques succès en 2009 (Ginette Reno, Maxime Landry, Star académie) avait permis de ralentir l'inexorable baisse des ventes de CD. En 2010, la baisse des ventes s'est de nouveau accélérée, les gros succès de ventes n'étant pas au rendez-vous et le phénomène des reprises commençant à s'essouffler.

La baisse répétée des ventes depuis 2004 indique que les consommateurs québécois dépensent moins pour la musique, principalement en coupant dans l'achat des succès de l'année et dans l'acquisition d'albums du catalogue (hors palmarès). Avec un taux de remplacement de 35 % de la chute des ventes de CD par la vente d'albums ou de pistes numériques, il devient de plus en plus évident que pour maintenir son importance économique, l'industrie musicale devra trouver des moyens d'exploiter les nouvelles habitudes de consommation musicale qui se développent chez les Québécois, en particulier parmi les nouvelles générations.

Depuis 2003, la part de marché des albums québécois se maintient bon an mal an entre 45 % et 53 %. Cependant, derrière cette relative stabilité, des changements ont eu lieu dans la composition de la part des albums québécois. Si, en 2003, 84 % des albums québécois vendus étaient en français, sept ans plus tard, cette proportion est de 58 %. Durant la même période, la part des albums en anglais est passée de 11 % à 31 %.

Depuis sept ans, plusieurs artistes québécois ayant tenté leur chance en anglais ont connu un succès de vente, que ce soit comme auteur-compositeur-interprète (Simple Plan, Gregory Charles, Pascale Picard, Arcade Fire ou Bobby Bazini), comme interprète (Céline Dion et Garou) ou en réinterprétant des vieux succès (Sylvain Cossette, Ima, Florence K ou Ariane Moffat). Les raisons souvent évoquées pour s'exprimer en anglais sont notamment le désir d'un public élargi, une jeunesse musicale bercée par le pop-rock anglophone, le vaste bassin de classiques anglophones disponible pour réinterprétation, la langue maternelle anglaise, etc. La question est de savoir pourquoi, depuis 2003, de plus en plus d'artistes québécois prennent la décision de chanter en anglais et connaissent un certain succès. Considérant qu'en 2010, les albums québécois en anglais sont principalement le fait d'artistes décidant de réinterpréter des classiques (Roch Voisine, Sylvain Cossette, Susie Arioli, Nadja, Ariane Moffat, etc.) ou de DJ (Daniel Desnoyers, Mc Mario), le succès de vente des albums anglophones ne s'expliquerait-il pas simplement par le désir du consommateur d'entendre des classiques de sa jeunesse ou des genres musicaux (jazz, blues, *dance*) où la langue anglaise est très présente, le tout interprété par des artistes du Québec?

Quant aux artistes québécois produisant des albums originaux en anglais, comme Simple Plan, Pascale Picard, Arcade Fire ou Bobby Bazini, une partie de leur succès de vente pourrait s'expliquer par de nouvelles générations de consommateurs sans *a priori* face à l'anglais et ayant une meilleure maîtrise de celle-ci.

OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Pour tout renseignement
Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177
claude.fortier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN : 1925-4199 (version imprimée)
ISSN : 1925-4202 (en ligne)
© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Ce bulletin a été imprimé
sur du papier contenant 100 %
de fibres postconsommation.

Institut
de la statistique
Québec